

STRATEGI KOMUNIKASI PADA DINAS KOPERASI DAN USAHA MIKRO,
KECIL DAN MENENGAH PEMERINTAH KOTA SURABAYA
(Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pada Dinas Koperasi dan Usaha
Mikro, Kecil dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya Dalam Penataan PKL)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Pada FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur



Oleh :
TIARA ELISA PUTRI
NPM : 0943010068

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2013

STRATEGI KOMUNIKASI PADA DINAS KOPERASI DAN USAHA MIKRO,
KECIL DAN MENENGAH PEMERINTAH KOTA SURABAYA

(Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pada Dinas Koperasi dan Usaha
Mikro, Kecil dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya Dalam Penataan PKL)

Disusun Oleh:

Tiara Elisa Putri
NPM : 0943010068

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal 20 Juni 2013

Pembimbing Utama
Menyetujui,
Tim Penguji
1. Ketua

Ir. Didiek Tranggono, M.Si
NIP. 19901225 199001 1001

Ir. Didiek Tranggono, M.Si
NIP. 19901225 199001 1001

2. Sekretaris

Dra. Sumardijjati, M.Si
NIP. 19620323 199309 2001

3. Anggota

Zainal Abidin. A, S.sos, M.si, M.Ed
NPT. 3 7305 99 01701

Mengetahui,
DEKAN

Drs. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 19550718 198302 2001

STRATEGI KOMUNIKASI PADA DINAS KOPERASI DAN USAHA MIKRO,
KECIL DAN MENENGAH PEMERINTAH KOTA SURABAYA (Studi Deskriptif
Kualitatif Strategi Komunikasi Pada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan
Menengah Pemerintah Kota Surabaya Dalam Penataan PKL).

Disusun Oleh :

Tiara Elisa Putri
NPM. 0943010068

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui
Pembimbing Utama

Ir. H. Didiek Tranggono, M.Si
NIP. 19581225 199001 1001

Mengetahui
Dekan

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 19550718 198302 2001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kekuatan-Nya sehingga dapat menyelesaikan penyusunan penelitian dengan judul Strategi Kominukasi Pada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya Dalam Penataan PKL).

Penelitian ini dapat terselesaikan berkat bimbingan, pengarahan, petunjuk dan bantuan berbagai pihak yang membantu dalam penyusunannya. Oleh karena itu penulis tidak lupa menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Keluarga besar tercinta Papa, Mama, Kakak dan adik serta Burhan Abdul Rachman yang selalu memberikan sesuatu yang terbaik dan kesabaran yang luar biasa untuk selalu memberikan motivasi hingga detik terakhir penulis menyelesaikan penulisan penelitian ini, I LOVE YOU ALL.
2. Bapak Juwito, S.Sos, M.si selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak IR. Didiek Tranggono,M.Si, Selaku Dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan dan dorongan demi terselesaikannya penyusunan proposal penelitian ini.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur.
5. Drs. Hadi Mulyono, MM, selaku Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya.

6. Drs. H. Mohammad. Djamal, MM selaku Kepala bidang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
7. Rekan-rekan kerja Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya.
8. Rekan-rekan PKL yang ada di Sentra PKL.
9. Semua sahabatku Ronggeng Mita, Acied, Desi, Rizka, Tyas yang telah memberikan motivasi dan senantiasa menghibur disaat penulis mengalami kesulitan, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.
10. Bebeb Ayumada yang telah setia menemani dari awal KKN hingga saat wawancara ke sentra PKL. Semoga menyusul untuk menyandang gelar S.H
11. Si Vaio putihku yang senantiasa melancarkan proses pengetikan serta Vayo merah ku yang selalu menemani kemana-mana sampai banjir pun tidak pernah rewel.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan penelitian ini tidak luput dari kesalahan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak sebagai bahan masukan. Mudah-mudahan magang ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal kepada semua pihak yang telah membantu. Amiin.

Surabaya, 10 Juni 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN DAN PERSETUJUAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 Pengertian Komunikasi.....	14
2.2.2 Mengenal Khalayak.....	15
2.2.3 Strategi Komunikasi.....	17
2.2.4 Tujuan Strategi Komunikasi.....	19
2.2.5 Penataan PKL.....	20
2.2.6 Sosialisasi.....	21

2.2.7 Strategi Komunikasi Dalam Penataan PKL Melalui	
Sosialisasi.....	27
2.2.8 Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah	
Pemerintah Kota Surabaya.....	28
2.2.9 Pedagang Kaki Lima.....	29
2.2.10 Penataan PKL Diatur Dalam Perda No. 17 Tahun 2003.....	30
2.2.11 Sentra PKL.....	33
2.3 Model Schramm.....	34
2.4 Kerangka Berfikir.....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	38
3.1 Devinisi Konseptual.....	38
3.2 Tipe Penelitian.....	39
3.3 Lokasi Penelitian.....	39
3.4 Informan.....	39
3.5 Unit Analisis.....	40
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.7 Teknik Pengolahan Data.....	41
3.8 Teknis Analisis Data.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
4.2 Penyajian Data.....	44
4.3 Identitas Informan.....	44

4.4 Penyajian Data dan Analisis Data.....	47
4.4.1 Strategi Komunikasi Pada Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya Dalam Sosialisasi.....	47
4.4.2 Pencapaian hasil Strategi Komunikasi Dalam Penataan PKL.....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 : Model Schramm.....	35
Gambar 2 : Bagan Kerangka Berfikir.....	37
Gambar 3 : Data Perkembangan Sentra PKL Hingga Bulan Mei 2013.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Guide Interview.....	67
Lampiran 2 : Transkrip Guide Interview.....	70
Lampiran 3 : Dokumentasi.....	98

ABSTRAK

Tiara Elisa Putri, Strategi Komunikasi Pada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya. (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya Dalam Penataan PKL).

Penelitian ini bertujuan menggambarkan strategi komunikasi yang dilakukan Pada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya. Dalam Penataan PKL ini dilakukan dengan cara sosialisasi. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Willbur Schramm bahwa kesamaan dalam bidang pengalaman sumber dan sasaranlah yang sebenarnya dikomunikasikan, karena bagian sinyal itulah yang dianut sama oleh sumber dan sasaran serta komunikasi sebagai interaksi dengan kedua pihak yang menyandi, menafsirkan, menyandi balik, mentransmisikan dan menerima sinyal.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, data yang dikumpulkan dengan cara melakukan in depth interview kepada Kepala dan staf Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya sebagai key informan dan PKL sebagai informan sekaligus untuk menguji keabsahan data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan adalah dengan sosialisasi berupa memberikan bintek (bimbingan teknis), rapat koordinasi, dan penyuluhan dengan mendatangkan narasumber yang kompeten serta melakukan pendekatan kepada PKL.

Kata kunci : Strategi komunikasi, PKL, Penataan, Sosialisasi

ABSTRACT

Tiara Elisa Putri, Strategy Communications of Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya. (Descriptive Qualitative Study of Strategy and Communications at Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya in Structuring of street vendor).

This study aims to the communication strategy that is done on Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya. In structuring of street vendor through socialization. According to the theory proposed by Schramm Willbur, that the similarity in the field of resource and experience is the real target communicated, because part of the signal that is shared equally by the source and target of communication as well as interaction with both parties encode, interpret, turning encode, transmits and receives signals.

The type of research is descriptive qualitative, data collected by conducting in-depth interviews to the Head and staff of Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya as a key informant and street vendor as well as to test the validity of the data. These results of this study indicate that the strategy is to do with socialization for the provision of technical guidance, coordination meetings and

outreach to bring resources and competent approach to street vendor.

Keywords : Strategy Communications, PKL, Structuring, Socialization

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kata komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari kata lain communis yang berarti “sama”, communico, communication atau communicate yang berarti “membuat sama” (to make common). (Mulyana, 2005:4). Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk menyampaikan informasi atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan, maupun tidak langsung melalui media. (Effendy, 2008:5). Berdasarkan definisi Lasswell komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. (Effendy, 2007:10).

Seperti ilmu-ilmu lainnya, ilmu komunikasi pun menyelidiki gejala komunikasi. Tidak hanya dengan pendekatan secara ontologis (apa itu komunikasi) tetapi juga secara aksiologis (bagaimana berlangsungnya komunikasi yang efektif) dan secara epistemologis (untuk apa komunikasi itu dilaksanakan). Proses komunikasi hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati. (Effendi, 2007:11)

Para ahli komunikasi, terutama di negara-negara yang sedang berkembang dalam tahun ke tahun terakhir ini menumpahkan perhatiannya yang besar terhadap strategi komunikasi (communication strategy), dalam hubungannya dengan penggiatan

pembangunan nasional di negara masing-masing. Fokus perhatian ahli komunikasi ini memang penting untuk ditujukan kepada strategi komunikasi ini, karena berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi. Lebih-lebih dalam kegiatan komunikasi massa, tanpa strategi komunikasi, media massa yang semakin modern, yang kini banyak dipergunakan di negara-negara yang sedang berkembang karena mudahnya diperoleh dan relatif mudahnya dioperasikan, bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. (Effendy, 2008:28)

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah saja, tetapi harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian pula strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen (management communication) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu, bergantung kepada situasi dan kondisi. (Effendy, 2007:32)

R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya, *Techniques for Communication*, menyatakan bahwa tujuan sentral kegiatan komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu to secure understanding, memastikan bahwa komunikasi mengerti pesan yang diterimanya. Andaikata ia sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimaan itu harus dibina (to establish acceptance). Pada akhirnya kegiatan dimotivasikan (to motivate action). (Effendi, 2007:32)

Seperti halnya dengan strategi dalam bidang apapun, strategi komunikasi harus didukung oleh teori, sebab teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah diuji kebenarannya. Banyak teori komunikasi yang sudah diketengahkan oleh para ahli, tetapi untuk strategi komunikasi barangkali yang memadai untuk dijadikan pendukung strategi komunikasi adalah apa yang dikemukakan oleh Harold Lasswell yang terkenal. Harold D. Lasswell telah menghasilkan suatu pemikiran mengenai komunikasi yang dituangkannya dalam bentuk paper yang kemudian dibuat dalam buku *The Communication of Ideas*, suntingan Lyman Bryson. Lasswell menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?” (Effendy, 2008:29)

Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Strategi komunikasi perlu disusun secara luwes, sehingga taktik operasional komunikasi dapat segera disesuaikan dengan faktor-faktor yang berpengaruh. Untuk mencapai tujuan komunikasi secara efektif, seseorang strategis komunikasi perlu memahami sifat-sifat komunikasi dan pesan, guna dapat menentukan jenis media yang diambil dan teknik komunikasi yang akan ditetapkan. (Effendi, 2008:34)

Dengan demikian, strategi komunikasi, baik secara makro (*planned multimedia strategy*) maupun secara mikro (*single communication medium strategy*) mempunyai fungsi ganda:

1. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.

2. Menjembatani “kesenjangan budaya” (cultural gap) akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh, yang akan merusak nilai-nilai budaya. (Effendy, 2008:28)

Proses komunikasi dinyatakan berhasil apabila komunikator mampu menyampaikan pesan dan komunikan dapat menerima isi pesan sehingga dapat menimbulkan efek, hal ini bisa dilakukan saat berlangsungnya sebuah program yang ditujukan untuk kepentingan bersama, contohnya dalam penataan PKL melalui sosialisasi sentra PKL.

Berdasarkan Perda No. 8 Tahun 2008 tentang Organisasi Perangkat Daerah dan Peraturan Walikota Surabaya No. 91 Tahun 2008 tentang Rincian Tugas dan Fungsi Dinas Kota Surabaya, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah mempunyai tugas melaksanakan sebagian urusan Pemerintahan Bidang Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, Pemberdayaan Masyarakat, Otonomi Daerah, Pemerintahan Umum, Administrasi Keuangan Daerah, Perangkat Daerah, Kepegawaian dan Persandian.

Dalam menyelenggarakan tugas, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah mempunyai fungsi perumusan kebijakan teknis di bidang Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan umum, pembinaan dan pelaksanaan tugas, pengelolaan ketatausahaan Dinas dan pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Daerah sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah mempunyai program kerja yaitu pengembangan koperasi dan usaha mikro, kecil, menengah dan investasi serta

penataan pedagang kaki lima (PKL). Dalam program penataan pedagang kaki lima (PKL) Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah mempunyai visi dan misi yaitu menangani kemiskinan/PKL secara bijaksana, cerdas, peduli terhadap penataan PKL serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya masyarakat miskin melalui beberapa program kegiatan yang mampu mendukung terwujudnya penataan dan pembinaan usaha sektor informal secara profesional dan modern.

Penataan PKL telah menjadi perhatian khusus belakangan ini, terutama terkait dengan adanya transformasi kekuasaan sekaligus menumbangkan paradigma sentralisasi menjadi paradigma desentralisasi dan otonomi daerah seperti munculnya Perda No. 17 Tahun 2003 tentang penataan PKL di Surabaya. Meskipun penataan sudah dilaksanakan dan mendapatkan hasil sesuai harapan, namun banyak juga yang belum memahami konsep penataan sesungguhnya. Penataan PKL sesungguhnya berarti usaha atau proses untuk meningkatkan pengetahuan serta kemampuan masyarakat mengatur dirinya dari kegiatan usaha yang belum ditata dengan baik dan teratur, sehingga mampu mengidentifikasi dan mengetahui permasalahan sebagai masyarakat yang patuh terhadap segala peraturan dan menganalisa berbagai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman sehingga untuk selanjutnya mampu merencanakan berbagai program pembangunan di daerahnya.

Maksud dari penataan PKL adalah untuk memberikan solusi atau menjawab permasalahan PKL dan dampaknya, sehingga masalah yang dapat terkendali dengan efektif, sedangkan tujuannya adalah agar terwujudnya kehidupan usaha PKL di wilayah Kota Surabaya, didukung perilaku usaha sesuai

Kota Surabaya sebagai ibu kota dari Propinsi Jawa Timur kerap dijadikan sebagai percontohan kota lain dari sektor apapun, terutama masalah PKL yang kita jumpai di sudut-sudut kota bahkan PKL yang berada di pinggir jalan dan trotoar mulai berkurang, Karena kini Kota Surabaya mempunyai 21 sentra PKL yang tersebar di kota Surabaya terhitung sejak awal tahun 2009 sampai dengan tahun 2012. Meskipun jumlah PKL di Surabaya relatif menurun terhitung mulai tahun 2010 sebanyak 13.255 PKL, tahun 2011 sebanyak 13.015 PKL, dan di tahun 2012 sebanyak 9.002 PKL. Hal ini dapat diketahui keberhasilan pemerintah dalam melaksanakan penataan PKL, akan tetapi Pemerintah masih terus memikirkan bagaimana mengatur strategi untuk menertibkan PKL, ini dikarenakan kota Surabaya terkenal akan wisata kulinernya dan pedagang yang berjualan pun bukan warga asli kota Surabaya, melainkan pendatang dari Pulau madura dan daerah kecil lainnya yang mengadu nasib di kota Surabaya. Maka Pemerintah Kota Surabaya bersama Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah membentuk program penataan pedagang kaki lima melalui dibangun dan dibentuknya sentra PKL sebagai pusat pedagang kaki lima.

Sentra PKL adalah tempat berkumpulnya pedagang kaki lima yang sengaja dibentuk dan dibangun oleh pemerintah kota Surabaya di bawah binaan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk menjual dagangannya seperti makanan dan minuman terutama PKL yang masih berada di pinggir jalan serta trotoar dan berpencar-pencar sebagai wujud penataan PKL.

Untuk mensukseskan program tersebut maka langkah awal yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Surabaya adalah mengajak para PKL untuk bekerja sama membangun Kota Surabaya guna mensukseskan program Sparkling Surabaya yang artinya Surabaya

Berkilau dengan cara menempati dan menggunakan sentra PKL yang telah disediakan melalui penataan tersebut dengan sosialisasi.

Sosialisasi adalah sebuah proses penanaman atau transfer kebiasaan atau nilai dan aturan dari satu generasi ke generasi lainnya dalam sebuah kelompok atau masyarakat. Sejumlah sosiolog menyebut sosialisasi sebagai teori mengenai peranan (role theory) karena dalam proses sosialisasi diajarkan peran-peran yang harus dijalankan oleh individu. (<http://id.wikipedia.org/wiki/sosialisasi>). Sedangkan menurut Paul B. Horton dan Chester L. Hunt mengatakan bahwa sosialisasi adalah suatu proses dimana seseorang menghayati (mendarahdagingkan-internalize) norma-norma kelompok dimana dia hidup sehingga timbullah diri/self yang unik (Sutaryo, 2005:156)

Sosialisasi dilakukan sebagai proses penyampaian informasi kepada khalayak yang mempunyai tujuan tertentu dan suatu proses yang amat besar signifikasinya bagi kelangsungan keadaan tertib masyarakat. Artinya hanya lewat proses-proses sosialisasi itu sajumlah norma-norma sosial yang menjadi determinan segala keadaan tertib sosial itu dapat diwariskan dan diteruskan dari generasi ke generasi guna menjamin kelangsungan keadaan tertib masyarakat. (Narwoko, 2004 : 78)

Sosialisasi yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah telah menjadi agenda rutin. Tiap satu bulannya diadakan sosialisasi ke 3 sentra PKL, sehingga setiap tahunnya 1 sentra PKL mendapatkan 2 kali sosialisasi. Sosialisasi ini berbentuk penyuluhan, bimbingan teknis, dan rapat koordinasi. Penyuluhan dan bimbingan teknis sifatnya terjadwal sesuai target, sedangkan rapat koordinasi adalah rapat yang sifatnya mendadak dan secara spontan jika mengalami suatu masalah. Lokasi sosialisasi tidak hanya di dalam sentra PKL saja, terkadang pelaksanaan sosialisasi juga

dilakukan di dalam ruangan sehingga suasana terasa nyaman. Pelaksanaan sosialisasi juga selalu mendatangkan nara sumber, contohnya mendatangkan ahli gizi, Dinas Pertenakan, Dinas perikanan dan sebagainya.

Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya perlu membuat strategi komunikasi dalam penataan PKL guna menarik minat PKL untuk menempati dan berjualan di sentra PKL dan mau bekerja sama dengan Pemerintah Kota Surabaya.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui Bagaimanakah Strategi Komunikasi Pada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya dalam penataan PKL.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas dapat dikemukakan suatu perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah Strategi Komunikasi pada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya dalam mensosialisasikan sentra PKL?
2. Bagaimana pencapaian hasil strategi komunikasi pada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya dalam penataan PKL?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya dalam mensosialisasikan sentra PKL.

2. Untuk mengetahui pencapaian hasil strategi komunikasi pada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya dalam penataan PKL.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya dalam bidang public relation yang diterapkan dalam berkomunikasi dengan khalayak luas.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya sebagai tolak ukur akan penyampaian strategi komunikasi dalam mensosialisasikan sentra PKL. Serta untuk menambah pengetahuan dan perkembangan ilmu komunikasi strategi komunikasi dalam mensosialisasikan sentra PKL. Dalam hal ini khususnya mahasiswa yang tertarik dengan dunia public relation.